オンデマンドプリンティング推進委員会　Press Release 2006-5-No.1

東京都渋谷区広尾 1-3-18 広尾オフィスビル（InfoTrends内）

5/8/2006

POD ジャパン 2006．6/19（月）,20（火）東京・品川にて開催!

- 11th Annual Only One Event Which is Focusing on Print On Demand Service Business In Japan

オンデマンド プリンティング関連サービスは IT 時代のマーケティング手法に大きく寄与します

オンデマンド プリンティングにフォーカスした唯一のイベント"POD ジャパン"では、デジタル印刷関連サービスのビジネスモデルに加え、POD の生成物である紙メディアを活用した様々なマーケティングモデルを紹介します

お問い合わせ：オンデマンドプリンティング推進委員会

e-mail: info@infotrends.co.jp

電話：03-5475-2663　FAX：03-5475-2710

POD ジャパン 2006 開催

オンデマンドプリンティング推進委員会（事務局：東京都渋谷区）では、来る 2006 年 6 月 19 日（月）、20 日（火）に、東京・品川インターシティホールにおいて、POD ジャパン 2006 を開催する。

POD ジャパンは、オンデマンドプリンティングおよび印刷サービス関連ビジネスにフォーカスしたイベントで、デジタル時代に特に見直されている紙媒体と情報コンテンツの運用について、デジタル印刷技術を導入した印刷関連サービスのビジネスモデルに加え、POD の生成物である紙メディアを活用した様々な企業のマーケティングモデルを紹介し、市場の啓蒙をはかる。

米国ではデジタルプリンティング関連ビジネスのリサーチおよびコンサルティング会社であるインフォトレンズ社（旧名称：CAP ベンチャーズ社）が過去 12 回にわたってオンデマンドショーを開催しており、POD ジャパンは、オンデマンドプリンティング推進委員会の主催で、インフォトレンズ社と GSM 株式会社の企画のもとに運営される。（開催概要は次のページを参照）

■POD のアドバンテージを探る

●オンデマンド印刷は企業のマーケティング戦略の最強のツール

近年、企業のマーケティング活動において、顧客に向けた情報発信のひとつの重要なチャネルである紙メディアを有効に活用し、情報処理と組み合わせて運用することで、いかに顧客や潜在顧客とのコミュニケーションの方法を改善するか、ということの重要性が強くいわれている。

POD（Print On Demand）は、製版工程を経ずに、必要なときに必要な量を随時印刷するデジタル印刷工程として、小部数印刷での一部あたりの印刷コストを低減でき、頻繁なデータのアップデートに対応、一枚一枚異なる内容を印刷する可変印刷でのデータベース活用など、IT 時代の印刷方式として注目を集める。

今年の POD ジャパンでは特に、印刷市場において販売促進関連の印刷物が市場を牽引し、一方で利用者の側では、企業のマーケティングツールとして、デジタルコンテンツの運用と紙メディアの効果的な製作・活用に対する関心が高まっていることに着目し、企業の中で印刷物を発注し関連サービスを享受する、あるいは、マーケティングの一環として紙メディアの印刷物の重要性を認めているプリント・サービス・バイヤーに向けて、デジタルプリンティング技術により製作された紙媒体の可能性とデジタル印刷技術のメリットを紹介する。

POD ジャパンの目的:
●紙媒体の可能性を追求し、デジタル時代における紙メディアの強みを生かしたマーケティング戦略についてプリント・サービス・バイヤーの認識を深める。

●プリント・サービス・プロバイダを含む印刷物製作に関わるプレイヤーに対しては、デジタル技術を導入して印刷物を製作する上で必要となるビジネス戦略、マーケティング戦略の重要性と、ワークフローにおいて介在するプレイヤー間の業務連携を効率化するためのヒントを提供する。

PODジャパン2006開催概要：

- 日時:2006年6月19～20日の2日間
- 会場:品川インターシティホール
- 内容:
  - 基調講演(国内外のキープレイヤーによるパネルディスカッション)
    2006年はプリント・サービス・バイヤー企業、プリント・サービス・プロバイダ、ソリューションベンダーの各プレイヤーが参加。
  - コンファレンスセッション
  - 協賛企業によるデモ展示
  - 周辺ショールーム訪問
  - 雑誌「宣伝会議」でのPOD特集、協賛企業のタイアップ記事掲載
- 主催:オンデマンドプリンティング推進委員会　/　企画:インフォトレンズ社/　GSM株式会社
- 協賛:富士ゼロックス株式会社　/　コダック株式会社　ほか
- 協力:宣伝会議
- 対象:- プリント・サービス・バイヤー
  - 企業の宣伝・販促・マーケティングご担当者
  - その他印刷物製作・発注部門
  - 広告会社・企画制作会社
  - マーケティングサービス関連企業
  - プリント・サービス関連企業
    - 商業印刷業、ビジネスコンビ二、複写業、軽印刷業、データプリントサービス業、デジタルプリントサービス業、総合印刷業、製版業、など
    - 企業内プリントショップ、企業内の集中出力センターご担当
    - 編集・デザイン業
  - プリントシステムベンダー
  - ハードウエアベンダー
  - ソフトウェアベンダー
  - ディストリビューター
  - コンポーネントベンダー
  - ドキュメントソリューションサービスプロバイダ
  - ドキュメントアウトソーシングサービスプロバイダ
  - 企業内印刷担当者　　その他

<オンデマンドプリンティング推進委員会>
オンデマンド印刷（以下 POD）市場の発展を目的とし、公式サイト(www.odpjapan.com)や専門情報誌などによる情報提供、および総合イベント「POD ショウ」（通称：オンデマンドショウ）を主催している。POD 市場の調査コンサルティング会社として世界的な権威である米国インフォトレンズ社、国内 POD 市場調査で高い実績を持つ GSM 社の全面的協力体制のもと、POD 業界各社の協力のもとに運営されている。

<インフォトレンズ社 (旧社名：CAP ベンチャーズ>
1991 年米国マサチューセッツ州でチャールズ A. ペスコ ジュニアにより設立された。オンデマンドプリンティング、ドキュメントマネジメント、デジタルオフィス機器及び出力機器用消耗品などのデジタルドキュメント市場に特化した調査・コンサルティング機関。プリンティング及びパブリッシング業界において目覚ましくデジタル化が進む中、米国インフォトレンズ社はハードウェア、消耗品ベンダーに対して流動する市場の理解や経営戦略立案などに必要不可欠な情報の提供を行っている。定量・定性的な情報の提供にとどまらず、戦略的なコンサルティングを含めたサービスを得意とする。同社では、展示会やセミナーの開催、調査・コンサルティング活動を通じて、印刷業に携わる企業に対してオンデマンド印刷に関する啓蒙活動や戦略立案のサポートも行っている。米国（2005,2006 年はフィラデルフィア）で開催される世界最大規模のオンデマンド印刷イベント オンデマンドショーの主催者としても有名。 www.capv.com　www.gsm.to

<一般からのお問い合わせ先>
オンデマンドプリンティング推進委員会（InfoTrends 内）
渋谷区広尾 1-3-18　広尾オフィスビル　Phone: 03-5475-2663　Facsimile: 03-5475-2710
E-mail: odpjapan@odpjapan.com URL: www.odpjapan.com

（※以下、雑誌「宣伝会議」2005 年 11 月 15 日号・POD ジャパン 2005 特集記事抜粋）

■ IT 時代の印刷方式：オンデマンド印刷（POD）

オンデマンド印刷（以下 POD）とは、デスクトップ・パブリッシングなどで作成されたデータをデジタルプリント技術を用いることによって「必要なものを、必要なときに、必要な量だけ」印刷できるようにした合理的なシステムをさす。

従来のオフセット印刷で行われている製版工程を経ずに直接印刷するため、小量単位の印刷や短納期対応に有利であるほか、1 枚ごとに印刷内容を変えられるバリアブル印刷を行うことで、頻繁なデータのアップデートにも対応、常に最新でタイムリーな情報を提供できる。必要なときに必要な量を印刷できるので、過剰な在庫を抱えることがなく在庫を保管する場所も不要、そしてひとつのデータからネットワークでコントロールされた出力機を動かす分散印刷が可能といったような多数のメリットを有している点が、IT 時代の印刷方式として注目されている。

逆に、POD のデメリットとしては、従来のオフセット印刷に比べて一枚あたりの印刷コストが割高であること、印刷品質面で若干差があることがあげられる。

しかし、この分野に特化した調査コンサルティング機関である米国インフォトレンズ社の調査によれば、アル印刷物を作る場合に印刷そのもののコストを 1 ドルとすると、その印刷物の保管や配信・配送などその他の経費に 6 ドルかかる、という状況もあり、「確かに POD の印刷コストそのものは高いが、価値の高い成果物を製作できるほか、プロセスを自動化するデジタルワークフローの導入により時間の効率化やプロセスコストの削減も図ることができるなど、費用対効果も含めた包括的な支店でコストを捕らえれば、むしろ POD に軍配があがる」と指摘される。
印刷品質の面においても、デジタルテクノロジーの急速な進歩によって、いずれ POD がオフセット印刷並みの品質に到達することは不可能ではない。

■ POD の活用

日本でも徐々に POD 市場が拡大しつつある。GSM による「2005 年国内 POD 市場分析」によると、2004 年の国内 POD 印刷関連サービス市場を対前年比約 11％増の約 5300 億円と推定、また、同年の国内デジタル印刷機市場については約 581 億 3000 万円(出荷額ベース)を達成したとしており、今後数年は年率 10％以上の成長を続けると見ている。

日本では、印刷部数の少ない少量生産製品の取扱説明書や情報更新が頻繁で在庫が無駄になりやすい営業マニュアル、社内業務マニュアルなどのほか、学習塾や通信教育のテキスト、CRM やワントゥワン・マーケティングの一環としての顧客の趣味趣向、特定の配布地域等に合わせて異なる情報を印刷できるバリアブル印刷を活用した DM やカタログ、チラシなどの分野で POD が利用されており、最近では一般企業が POD 出力機を導入、社内のデータシステムとリンクさせてマニュアル等を製作するなど、合理化を測るケースも増えている。

また、POD の大きな特徴であると同時にメリットでもあるバリアブル印刷も市場で新党しつつあり、開封率がほぼ 100%で、毎月定期的にユーザーのもとへ送付している取引明細書に着目したクレジットカード会社などによる DM＋明細書という形での活用も目立ち始めた。

もともと毎月送付しているものなので追加コストが少なくて済むほか、従来利益を生み出さなかった明細書にユーザーの趣味趣向に合った広告を入れることで収益源に変わることから、今後もこういった形での POD の活用の増加が見込まれる。

さらに、DM やチラシに加えて、急速に増加しているフリーペーパーの存在も POD にとっては追い風で、全国区の大手フリーペーパーでは、すでにエリアごとに異なる情報を掲載するといったバリアブル･分散印刷機能の活用も見られるなど、POD 市場拡大の一翼を担う可能性が十分ある。

このように、POD は単に印刷機材や技術の変革をもたらすというよりは、むしろ同じデジタル情報処理技術をベースとした高度情報通信時代、ネットワークビジネス時代に対応した印刷業界の業態変革こそがその本質といえる。印刷サービス企業は、POD サービスにより、情報サービス企業であるという考え方が深まり、一般企業においては CRM やワントゥワンマーケティングの有効な手段を提供する POD をうまく活用できるか否かによって、いわゆるデジタルデバイドと呼ばれる企業間格差が広がることが予想される。

以上。